

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Terhadap Minat Beli Konsumen Perum Madu Perhutani Bandung Cabang Laswi, Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Bauran Promosi (*Promotion Mix*) pada Perum Madu Perhutani Bandung Cabang Laswi berada pada kategori baik dengan skor 2605. Namun pada indikator penguasaan informasi yang dilakukan Perum Perhutani menurut responden belum memberikan informasi yang baik melalui penjualan personal.
2. Menurut hasil penelitian secara keseluruhan Minat Beli Konsumen terhadap produk Perum Perhutani Baik, Namun pada indikator struktur pesan yang mengalami kondisi paling buruk karena pada produk tersebut tidak terdapat keterangan jelas mengenai kelebihan produk tersebut.
3. Dari keseluruhan hasil penelitian terdapat pengaruh atau hubungan yang signifikan antara bauran promosi terhadap minat beli konsumen madu perhutani di tunjukan oleh hasil analisis regresi. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa bauran promosi memiliki korelasi yang sedang dengan minat beli konsumen. Bauran promosi mempengaruhi minat beli konsumen dengan pengaruh sebesar 32,6% sedangkan sisanya sebesar 67,4% di pengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak di amati penulis.

## 5.2 Saran

1. Untuk Bauran Promosi (*Promotion Mix*) dalam segi penjualan pribadi, dari aspek penguasaan informasi. Sebaiknya untuk meningkatkan minat beli konsumen, Perum Perhutani harus lebih meningkatkan penguasaan informasi pada karyawan yang di tugaskan untuk memberikan informasi agar para konsumen lebih jelas mengetahui tentang produk madu perhutani
2. Untuk Strategi Minat Beli Konsumen pada Perhatian Konsumen Terhadap Struktur Pesan Produk Perum Perhutani, sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan struktur pesan semudah dan semenarik mungkin sehingga para konsumen lebih mengetahui dan memperhatikan kelemahan dan kelebihan produk madu perhutani.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, penulis dapat menyarankan agar unsur bauran promosi di tambahkan seperti melakukan event-event, melakukan promosi penjualan, sehingga konsumen lebih tertarik terhadap promosi penjualan yang diberikan Perum Perhutani, melakukan penjualan melalui internet, dan promosi-promosi lainnya sehingga produk yang ditawarkan kepada konsumen lebih cepat diterima dan dikenal oleh banyak masyarakat yang belum mengenal produk tersebut.